

**PENGARUH PROMOTION MIX TERHADAP MINAT  
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK  
DI PT. BINTANG MOTOR HONDA SURAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**OLEH :**

**ABIB EFFENDI**  
**NIM. B 100 080 018**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2012**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**"PENGARUH PROMOTION MIX TERHADAP MINAT KONSUMEN  
DALAM PEMBELIAN PRODUK DI PT. BINTANG MOTOR HONDA  
SURAKARTA"**

Yang ditulis oleh :

**ABIB EFFENDI**  
**NIM. B 100 080 018**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat  
untuk diterima :

Surakarta,

2012

Pembimbing



**(Drs. H. Ma'ruf, MM)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



**(Dr. Triyono, M.Si)**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

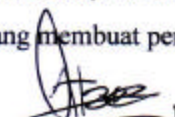
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Abib Effendi  
NIRM : 08.6.106.02016.500018  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Promotion Mix Terhadap Minat  
Konsumen Dalam Pembelian Produk di  
PT.Bintang Motor Surakarta

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 27 Juli 2012

Yang membuat pernyataan

  
Abib Effendi

## **MOTTO**

? *Cintailah apa yang engkau suka, akan tetapi ingatlah bahwasannya akan engkau tinggalkan, berbuatlah apa yang engkau ingini dan ingatlah engkau akan diminta tanggungjawab atasnya.*

*(Al-Hadist).*

? *Lakukanlah segala pekerjaan dengan maksimal, sebab mengerjakan sesuatu setengah-setengah menunjukkan keragu-raguan dan itu adalah orang yang munafik.*

*(Manajemen Qolbu)*

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ✍ Kedua orang tua tercinta yang selama ini selalu memberikan dukungan melalui do'a yang tak pernah lekang oleh waktu dan selalu memberikan dukungan materil.
- ✍ Saudara-saudaraku yang kusayangi selalu memberikan dukungan dan membantuku.
- ✍ Almamaterku

## **ABSTRAKSI**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam pembelian produk Di PT. Bintang Motor Honda Surakarta dan untuk menganalisa periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam pembelian produk Di PT. Bintang Motor Honda Surakarta

Hipotesis  $H_1$  : Terdapat pengaruh yang signifikan periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan secara parsial terhadap minat konsumen dalam pembelian produk Di PT. Bintang Motor Honda Surakarta dan  $H_2$  : Terdapat pengaruh yang signifikan periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan secara simultan terhadap minat konsumen dalam pembelian produk Di PT. Bintang Motor Honda Surakarta.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh bahwa variabel periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen pada PT Bintang Motor di Surakarta.

Berdasarkan hasil uji F diperoleh hasil variabel periklanan, personal selling, publisitas dan promosi penjualan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen pada PT Bintang Motor di Surakarta.

Variabel Personal Selling mempunyai pengaruh paling dominan terhadap minat konsumen. Karena konsumen pernah mendengar berbagai kegiatan lain dari PT. Bintang Motor di Surakarta, sering melihat pemberitaan positif mengenai kegiatan sosial, selalu berinteraksi terhadap konsumen, selalu rutin membaca buletin

Kata Kunci : Periklanan, Personal Selling, Publisitas, Promosi Penjualan dan Minat Konsumen

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah hirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas limpahan Rahmat dan berkah dari Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti. Salam dan sholawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua umat Islam dari jaman kegelapan kejaman yang jauh lebih baik.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan sukar rela memberikan dukungan, doa, kesempatan, bantuan pemikiran tenaga dan fasilitas sehingga penelitian ini berjalan sebagaimana mestinya. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku Kajur Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. H. Ma'ruf, MM selaku pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran telah memberikan dukungan, saran, pengarahan dan dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak Ahmad Mardalis, SE., MBA, MM selaku Pembimbing Akademik di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak dan Ibu Dosen dan staf karyawan FE. UMS yang telah banyak memberi bantuannya.

6. Ibu dan Bapak yang tercinta terima kasih atas kasih sayangnya yang tulus, tiada kuasa kiranya ananda membalasnya.
7. Kakak dan adikku tercinta terima kasih atas dukungannya selama ini

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini. Namun tak ada gading yang tak retak, maka saran yang konstruktif senantiasa penulis nantikan. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi setiap pembaca pada umumnya.

Surakarta, 2012

Penulis

A handwritten signature in purple ink, appearing to read 'Atoke', with a horizontal line underneath it.



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I     PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Skripsi.....	5
BAB II.    TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pemasaran .....	7
B. Marketing Mix.....	9
C. Minat Beli.....	28
D. Pengaruh Periklanan, Personal Selling, Publisitas, dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen.....	34

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	35
	A. Kerangka Pemikiran .....	35
	B. Hipotesis .....	36
	C. Populasi dan Sampel.....	36
	D. Data dan Sumber Data.....	38
	E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
	F. Metode Pengumpulan Data .....	41
	G. Instrumen Penelitian.....	42
	H. Metode Analisa Data .....	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	48
	A. Deskripsi Responden .....	48
	B. Uji Instrumen.....	51
	C. Analisa Kuantitatif .....	55
	1. Analisis Regresi Linear Berganda .....	55
	2. Uji t.....	56
	3. Uji F.....	62
	4. Koefisien Determinasi.....	63
	D. Pembahasan .....	64
BAB V.	PENUTUP.....	66
	A. Kesimpulan .....	66
	B. Keterbatasan Penelitian.....	67
	C. Saran-saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Empat P Marketing Mix .....	10
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran.....	35

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Berdasarkan Umur .....	48
Tabel 4. 2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4. 3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	49
Tabel 4. 4. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	50
Tabel 4.5. Rangkuman Hasil Uji Validitas Periklanan ( $X_1$ ) .....	51
Tabel 4.6. Rangkuman Hasil Uji Validitas Personal Selling ( $X_2$ ) .....	52
Tabel 4.7. Rangkuman Hasil Uji Validitas Publisitas ( $X_3$ ) .....	52
Tabel 4.8. Rangkuman Hasil Uji Validitas Promosi Penjualan ( $X_3$ ) .....	53
Tabel 4.9. Rangkuman Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y) .....	53
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas .....	54